

**PRESENTASI DIRI DALAM POSTER CALON  
LEGISLATIF DPRD KOTA SURAKARTA 2014**

**TESIS**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
guna mencapai derajat sarjana S2  
Program Studi Penciptaan dan Pengkajian Seni  
Minat Studi Pengkajian Seni Rupa



diajukan oleh :

**Asto Adi Sugiharjanto  
12211156**

**Kepada  
PROGRAM PASCASARJANA  
INSTITUT SENI INDONESIA (ISI)  
SURAKARTA  
2015**

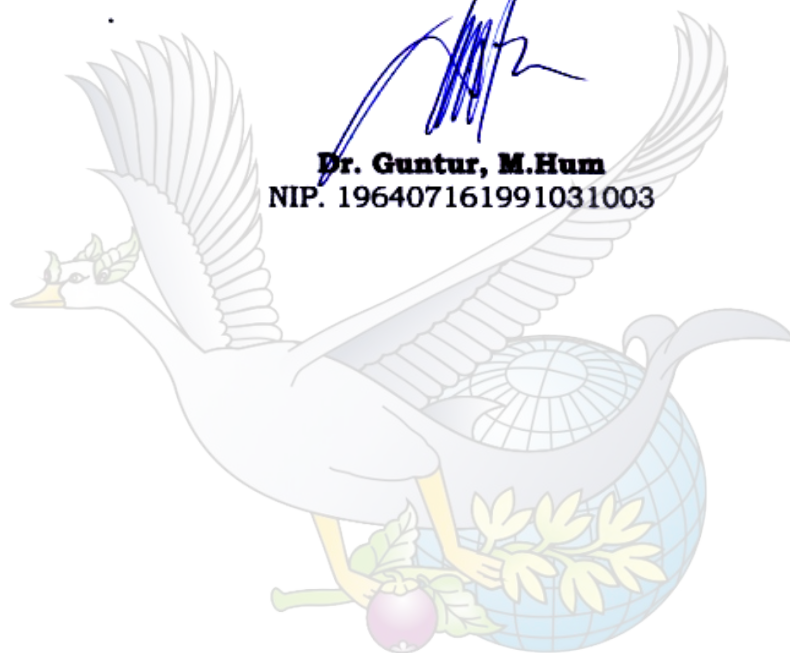
Disetujui dan disahkan oleh pembimbing

Surakarta, 16 Januari 2015

Pembimbing,

  
**Dr. Guntur, M.Hum**

NIP. 196407161991031003



## TESIS

### **PRESENTASI DIRI DALAM POSTER CALON LEGISLATIF DPRD KOTA SURAKARTA 2014**

Dipersiapkan dan disusun oleh

**Asto Adi Sugiharjanto**  
**12211156**


Telah dipertahankan di depan dewan penguji  
pada tanggal 28 Januari 2015

Susunan Dewan Penguji


Pembimbing,

  
**Dr. Guntur, M.Hum**  
NIP. 196407161991031003

Ketua Dewan Penguji

  
**Dr. Aton Rustandi Mulyana, M.Sn**  
NIP. 197106301998021001

Penguji Utama

  
**Prof. Dr. Dharsono, M.Sn**  
NIP. 195107141985031002

Tesis ini telah diterima  
sebagai salah satu persyaratan  
memperoleh gelar Magister Seni (M.Sn.)  
pada Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta

Surakarta, 28 Januari 2015

Direktur Pascasarjana



**Dr. Aton Rustandi Mulyana, M.Sn**  
NIP. 197106301998021001

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis dengan judul “PRESENTASI DIRI DALAM POSTER CALON LEGISLATIF DPRD KOTA SURAKARTA 2014”, ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko dan sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Surakarta, 28 Januari 2015

Yang membuat pernyataan

**Asto Adi Sugiharjanto**  
12211156

## INTISARI

Adi Sugiharjanto, Asto, 2015. PRESENTASI DIRI DALAM POSTER CALON LEGISLATIF DPRD KOTA SURAKARTA 2014, Tesis. Poster merupakan media komunikasi visual serta mempunyai unsur-unsur yang terdiri dari ilustrasi, tipografi, warna serta layout. Poster digunakan sebagai alat peraga kampanye (APK) oleh para caleg, termasuk para caleg DPRD Kota Surakarta 2014. Poster digunakan sebagai media untuk mempresentasikan diri caleg kepada masyarakat. Masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah bagaimana presentasi diri caleg ditampilkan dalam poster, serta apa makna yang terkandung dalam poster caleg. Tujuan penelitian ini menjelaskan serta mengetahui dalam bentuk apa saja presentasi diri caleg ditampilkan, serta mencari kedalaman makna yang terkandung dalam poster. Penelitian ini menggunakan analisis semiotika Roland Barthes, yakni makna denotatif dan makna konotatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: *pertama*, poster sebagai media guna mempresentasikan diri para caleg kepada konstituen. *Kedua*, Dalam upaya mempresentasikan diri caleg menampilkan dengan visual berupa; partai pengusung caleg, ekspresi sang caleg, bahasa tubuh, kostum serta daerah pemilihan. *Ketiga*, makna yang terkandung dalam presentasi diri para caleg belum mendapatkan perhatian dari sang caleg. Padahal dalam mempresentasikan diri secara visual akan memberikan kontribusi yang sangat besar guna mendapatkan apresiasi dari masyarakat, dalam hal ini calon pemilih.

Kata kunci: Komunikasi Visual, Poster, Presentasi Diri, Caleg.

## **ABSTRACT**

*Adi Sugiharjanto, Asto, 2015. POSTER PRESENTATION IN LEGISLATIVE CANDIDATE PARLIAMENT SURAKARTA CITY 2014, Thesis. The poster is a visual communication media and has elements consisting of illustration, typography, color and layout. Posters are used as campaign props by the candidates, including candidates Surakarta City 2014. Posters are used as a medium to express themselves candidates to the public. The problem studied in this research is how the self-presentation of candidates shown in the poster, as well as the meaning of what is contained in the posters of candidates. The purpose of this study explain and to know, in any form of self presentation of candidates displayed, as well as finding the depth of meaning contained in a poster presentation at the candidates themselves. This study uses a semiotic analysis of Roland Barthes, the denotative and connotative meanings. The results showed that: first, the poster as a medium for the candidates to present themselves to the constituents. Second, in an attempt to present themselves candidates with visual displays such as; bearer party candidate, the candidate expressions, body language, costumes and local elections. Third, the meaning contained in the presentation of the candidates themselves have not received the attention of the candidates. Though visually presenting themselves will contribute very large in order to gain an appreciation of the community, in this case the voters.*

*Keywords: Visual Communications, Poster, Self of Presentation, Caley.*

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur selalu saya panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan berkah, taufiq, hidayah, ridho dan rahmat-Nya, dengan semua kemudahan yang telah diberikan kepada saya, sehingga dapat menyelesaikan tesis berjudul “PRESENTASI DIRI DALAM POSTER CALON LEGISLATIF DPRD KOTA SURAKARTA 2014”, saya menyadari bahwa dalam proses penulisan tesis ini banyak hambatan yang ditemui, namun karena bantuan dan pengarahan dari berbagai pihak, saya dapat menyelesaikannya.

Pada kesempatan ini saya ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan tesis ini:

1. Dr. Aton Rustandi Mulyana, M.Sn., selaku Direktur Pascasarjana Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta dan selaku Ketua Dewan Penguji.
2. Dr. Slamet, M.Hum., selaku Ketua Program Studi S2 Pascasarjana Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta.
3. Dr. Guntur, M. Hum., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran serta memberikan pengarahan, dan dengan sabar membimbing saya dalam proses penyusunan tesis.



4. Prof. Dr. Dharsono, M.Sn., selaku Penguji Utama yang telah meluangkan waktu, memberikan masukan dan saran dalam proses penyusunan tesis.
5. Bapak dan Ibu dosen serta staf administrasi Program Studi S2 Pascasarjana Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta yang telah bersedia memberikan bekal ilmu.
6. Bapak Drs. Soegeng Toekio, Mag.SR., Drs. Irfan Sutikno, direktur *FreshBlood* Surakarta, Drs. Budi Cahyono (caleg Nasdem), Diyah Retno, S.I.Kom, M.I.Kom (caleg PDIP), selaku narasumber utama yang telah meluangkan waktu untuk wawancara dan memberikan saran-saran yang baik kepada penulis.
7. Rekan-rekan mahasiswa Pengkajian Seni angkatan 2012 Pascasarjana Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta.
8. Bapak dan Ibu Dosen Desain Komunikasi Visual, serta rekan-rekan Universitas Sahid Surakarta yang mendukung, dan memotivasi selalu.
9. Yang pasti keluarga tercinta Asminah, SH, MH., Nur Adi Kumaladewi, SH, dr. Narasky Syarif Raden, M. Aufaarizki Adi Pratama, serta Noya Seza Raden, sebagai spirit dalam menjalani studi pascasarjana.



Serta pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, atas segala bantuan dalam penulisan ini saya ucapkan terima kasih. Semoga tulisan ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak.

Surakarta, 28 Januari 2015

**Asto Adi Sugiharjanto**



## DAFTAR ISI

Halaman Sampul .....	i
Halaman Judul .....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan.....	iv
Halaman Pernyataan.....	v
Intisari.....	vi
Abstract .....	vii
Kata pengantar .....	viii
Daftar Isi.....	xi
Daftar Bagan.....	xvi
Daftar Gambar .....	xvii
BAB I        PENDAHULUAN	
A. LatarBelakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Tinjauan Pustaka.....	7
F. Kerangka Konseptual.....	10

	G. Metode Penelitian.....	21
	H. Sistematika Penulisan.....	26
BAB II	POSTER CALEG DPRD KOTA SURAKARTA 2014	28
	A. Pengantar.....	28
	B. Poster dalam Desain Komunikasi Visual.....	30
	1. Desain.....	30
	2. Komunikasi.....	31
	a. Pengertian Komunikasi.....	32
	b. Tujuan Komunikasi Visual.....	34
	c. Proses Komunikasi.....	36
	d. Fungsi Komunikasi.....	37
	3. Visual.....	38
	a. Bahasa Visual.....	38
	b. Retorika Visual.....	39
	4. Poster.....	40
	a. Jenis Poster.....	41
	b. Fungsi Poster.....	42
	C. Poster Sebagai Media Komunikasi Visual.....	43
	1. Prinsip Komposisi Poster.....	43

2. Unsur Visual Poster Caleg.....	49
a. Ilustrasi.....	49
b. Tipografi.....	51
c. Warna.....	54
d. Layout.....	59
D. Poster Caleg DPRD Kota Surakarta 2014.....	62
1. Unsur Visual Poster Caleg dalam Ilustrasi	62
2. Unsur Visual Poster Caleg dalam Tipografi	65
3. Unsur Visual Poster Caleg dalam Warna....	68
4. Unsur Visual Poster Caleg dalam Layout....	72
E. Ringkasan.....	75
<b>BAB III</b>	
<b>PRESENTASI DIRI DALAM POSTER CALEG DPRD KOTA</b>	
<b>SURAKARTA 2014.....</b>	<b>78</b>
A. Pengantar.....	78
B. Pengertian.....	79
1. Partai Politik.....	79
2. Calon Legislatif (Caleg).....	81
3. Kampanye.....	83
C. Komunikasi Politik Caleg.....	84
1. Unsur Komunikasi Politik.....	85

a. Sumber atau Komunikator Politik.....	85
b. Pesan Politik.....	86
c. Saluran atau Media Politik.....	87
d. Sasaran atau Target Politik.....	87
2. Fungsi Komunikasi Politik.....	88
D. Presentasi Diri Caleg pada Poster.....	89
1. Ekspresi.....	89
2. Bahasa Tubuh.....	90
3. Kostum.....	90
a. Tujuan dan Fungsi Kostum.....	90
b. Tipe Kostum.....	91
4. Partai Pengusung.....	92
5. Daerah Pemilihan.....	93
E. Presentasi Diri Caleg dalam Poster Caleg DPRD Kota Surakarta 2014.....	94
1. Presentasi Diri Caleg dalam Ekspresi.....	94
2. Presentasi Diri Caleg dalam Bahasa Tubuh..	97
3. Presentasi Diri Caleg dalam Kostum.....	100
4. Presentasi Diri Caleg dalam Daerah Pemilihan	103
5. Presentasi Diri Caleg dalam Partai Pengusung	106

	F. Ringkasan.....	108
BAB IV	MAKNA POSTER CALEG DPRD KOTA SURAKARTA 2014	
	A. Pengantar.....	113
	B. Pengertian.....	114
	1. Makna Denotatif.....	114
	2. Makna Konotatif.....	115
	C. Analisis Semiotika Pada Poster Caleg DPRD Kota Surakarta 2014.....	116
	1. Makna Poster Caleg Dapil 1 Laweyan.....	116
	2. Makna Poster Caleg Dapil 2 Banjarsari A...	133
	3. Makna Poster Caleg Dapil 3 Banjarsari B...	148
	4. Makna Poster Caleg Dapil 4 Jebres.....	161
	5. Makna Poster Caleg Dapil 5 Ps.Kliwon-Serengan	174
	D. Ringkasan.....	187
BAB V	PENUTUP.....	189
	A. Simpulan.....	189
	B. Saran.....	192
	DAFTAR PUSTAKA.....	194
	GLOSARIUM.....	199

## DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Kerangka Pikir Presentasi Diri dalam Poster Caleg	
DPRD Kota Surakarta 2014.....	20
Bagan 2 Tataran Denotatif dan Konotatif.....	114





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Contoh Poster persaingan antar caleg dari partai yang sama (dapil 2 Banjarsari).....	29
Gambar 2	Anatomi sebuah huruf.....	53
Gambar 3	Poster Caleg Partai Nasional Demokrat, Ninik Wahyu Pujiastuti .....	62
Gambar 4	Poster Caleg Partai Golongan Karya, Drs. Bambang Triyanto, MM .....	62
Gambar 5	Poster Caleg Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan, H. Maryuwono, SH .....	62
Gambar 6	Poster Caleg Partai Keadilan Sejahtera, Bambang Sudarsono .....	62
Gambar 7	Poster Caleg Partai Hati Nurani Rakyat, RR. Sri Handayani .....	65
Gambar 8	Poster Caleg Partai Amanat Nasional, H. Hami....	65
Gambar 9	Poster Caleg Partai Bulan Bintang, Iwan Tri Winanto.....	66
Gambar 10	Poster Caleg Partai Gerakan Indonesia Raya, Sriyono, SH,. MH .....	66
Gambar 11	Poster Caleg Partai Nasional Demokrat, Drs.	

	Sudarno.....	68
Gambar 12	Poster Caleg Partai Amanat Nasional, Anik Suwarsini. ....	68
Gambar 13	Poster Caleg Partai Bulan Bintang, Sarno.. ....	69
Gambar 14	Poster Caleg Partai Kebangkitan Bangsa, Khaerudin, S.Pd.....	69
Gambar 15	Poster Caleg Partai Nasional Demokrat, E.R. Wisnu Nugroho.....	72
Gambar 16	Poster Caleg Partai Golongan Karya, O'Ok Santoso, SE .....	72
Gambar 17	Poster Caleg Partai Gerakan Indonesia Raya, M. Irawan Purnomo, SH, MH .....	72
Gambar 18	Poster Caleg Partai Demokrat, Supriyanto, SH ....	72
Gambar 19	Poster Caleg Partai Keadilan Sejahtera, Asih Sunjoto Putro, S.Si .....	95
Gambar 20	Poster Caleg Partai Amanat Nasional, Hj. Eko Rini M, SH .....	95
Gambar 21	Poster Caleg PDIP, Putut Gunawan .....	95
Gambar 22	Poster Caleg Partai Gerindra, Farahmani Suroto..	95
Gambar 23	Poster Caleg Partai Nasional Demokrat, Kun	

	Prastowo.....	98
Gambar 24	Poster Caleg Partai Golongan Karya, H. Sungkowo Budi Santoso .....	98
Gambar 25	Poster Caleg Partai Demokrat, E. Endang Puspasari Indartiningsih.....	98
Gambar 26	Poster Caleg Partai Kebangkitan Bangsa, Dwi Nuryanti.....	98
Gambar 27	Poster Caleg Partai Nasional Demokrat, Ir. HM. Tammim Fikri Machalli.....	101
Gambar 28	Poster Caleg Partai Amanat Nasional, Hermawan Bayu Aji.....	101
Gambar 29	Poster Caleg Partai Gerakan Indonesia Raya, Eny Budyanti.....	101
Gambar 30	Poster Caleg Partai Hati Nurani Rakyat, Sarfan...	101
Gambar 31	Poster Caleg Partai Golongan Karya, Drs. Bambang Triyanto, MM .....	104
Gambar 32	Poster Caleg Partai Demokrat, Ari Utomo .....	104
Gambar 33	Poster Caleg Partai Persatuan Pembangunan, Haydar Sungkar .....	104
Gambar 34	Poster Caleg PKS, Drs. Kasori Mujahid, M.A.....	104

Gambar 35	Poster Caleg Partai Nasdem, Ir. H. Hery Koesdarwanto, MT .....	107
Gambar 36	Poster Caleg Partai Kebangkitan Bangsa, Anung Sapto Hartono .....	107
Gambar 37	Poster Caleg PKS, Khoirul Mustofa.....	107
Gambar 38	Poster Caleg PDIP, Slamet Widodo .....	107
Gambar 39	Poster Caleg Partai Golkar, Tri Yanto .....	107
Gambar 40	Poster Caleg Partai Gerakan Indonesia Raya, Sulastri.....	107
Gambar 41	Poster Caleg Partai Demokrat, Herlan Purwanto, BA .....	107
Gambar 42	Poster Caleg Partai Amanat Nasional, Supriyadi..	106
Gambar 43	Poster Caleg PPP, Drs. H. Sapardji Hardijanto .....	107
Gambar 44	Poster Caleg Partai Hanura, Joko Triyono .....	107
Gambar 45	Poster Figur Partai Bulan Bintang, Iwan Fals dan M.S Kaban .....	107
Gambar 46	Poster Caleg PKPI, Chris Henky E. S. ....	107
Gambar 47	Poster Caleg Partai Nasional Demokrat, Dra. Nanik Aswanti .....	116
Gambar 48	Layout Poster Caleg Partai Nasional Demokrat ....	117

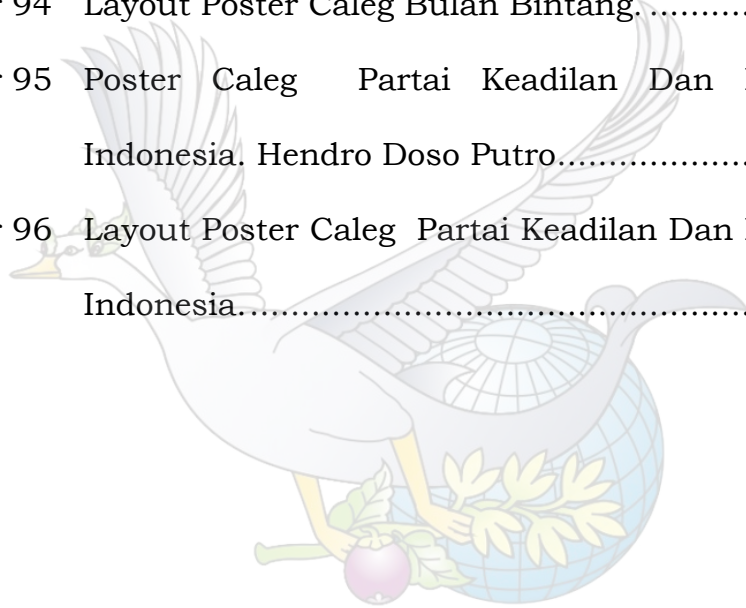
Gambar 49	Poster Caleg Partai Kebangkitan Bangsa, Rusdiyanto alias Pak Jayus .....	120
Gambar 50	Layout Poster Caleg Partai Kebangkitan Bangsa.	120
Gambar 51	Poster Caleg Partai Amanat Nasional, H.M. Al Amin, SE .....	124
Gambar 52	Layout Poster Caleg dari Partai Amanat Nasional	124
Gambar 53	Poster Caleg Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan, Budi Prasetyo, S.Sos .....	127
Gambar 54	Layout Poster Caleg Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan. ....	128
Gambar 55	Poster Caleg Partai Hati Nurani Rakyat, Joko Triyono .....	130
Gambar 56	Layout Poster Caleg Partai Hanura.....	131
Gambar 57	Poster Caleg Partai Keadilan Sejahtera, Mugi Widodo, SE .....	133
Gambar 58	Layout Poster Caleg Partai Keadilan Sejahtera ....	133
Gambar 59	Poster Caleg Partai Hanura, Hj. Istiyaningsih, SH	136
Gambar 60	Layout Poster Caleg Partai Hati Nurani Rakyat....	136
Gambar 61	Poster Caleg Partai Golongan Karya, Vincentius Christono, S.Pd.....	138

Gambar 62	Layout Poster Caleg Partai Golongan Karya.....	139
Gambar 63	Poster Caleg Partai Gerakan Indonesia Raya, M. Eko Prasetyo, SE .....	142
Gambar 64	Layout Poster Caleg Partai Gerindra.....	142
Gambar 65	Poster Caleg Partai Amanat Nasional. H. Dedy Purnomo, SH .....	146
Gambar 66	Layout Poster Caleg Partai Amanat Nasional. ....	146
Gambar 67	Poster Caleg Partai Nasional Demokrat. Yonathan Prasetyo Nugroho (Gembong). ....	148
Gambar 68	Layout Poster Caleg Partai Nasional Demokrat....	149
Gambar 69	Poster Caleg Partai Kebangkitan Bangsa. Amarridho, A.Md.Ars .....	151
Gambar 70	Layout Poster Caleg Partai Kebangkitan Bangsa..	151
Gambar 71	Poster Caleg Partai Gerakan Indonesia Raya. Drs. Suprayitno, M.Si.....	154
Gambar 72	Layout Poster Caleg Partai Gerindra.....	154
Gambar 73	Poster Caleg Partai Demokrat. Agus winarno.....	156
Gambar 74	Layout Poster Caleg Partai Demokrat. ....	157
Gambar 75	Poster Caleg Partai Golongan Karya. Soewanti ...	159
Gambar 76	layout Poster Caleg Partai Golongan Karya.....	159

Gambar 77	Poster Caleg Partai Nasional Demokrat. Drs. Budi Cahyono .....	161
Gambar 78	Layout Poster Caleg Partai Nasional Demokrat....	162
Gambar 79	Poster Caleg Partai Keadilan Sejahtera. Sugeng Riyanto .....	164
Gambar 80	Layout Poster Caleg Partai Keadilan Sejahtera....	164
Gambar 81	Poster Caleg PDIP Dyah Retno Pratiwi, S.Sos., M.I.Kom.....	166
Gambar 82	Layout Poster Caleg PDIP.....	167
Gambar 83	Poster Caleg Partai Golongan Karya. Yogo Agung Nugroho.....	169
Gambar 84	Layout Poster Caleg Partai Golongan Karya.....	169
Gambar 85	Poster Caleg Partai Persatuan Pembangunan. Yusuf Budiono bin Abu Chasan .....	171
Gambar 86	Layout Poster Caleg PPP.....	172
Gambar 87	Poster Caleg Partai Nasional Demokrat. E.R. Wisnu Nugroho, S.Pd.....	174
Gambar 88	Layout Poster Caleg Partai Nasional Demokrat....	175
Gambar 89	Poster Caleg Partai Keadilan Sejahtera. Romli ....	177
Gambar 90	Layout Poster Caleg Partai Keadilan Sejahtera ...	177



Gambar 91	Poster Caleg Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan. Atik Sri Martini .....	179
Gambar 92	Layout Poster Caleg Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan .....	180
Gambar 93	Poster Caleg Partai Bulan Bintang. Awod, SH.....	182
Gambar 94	Layout Poster Caleg Bulan Bintang.....	182
Gambar 95	Poster Caleg Partai Keadilan Dan Persatuan Indonesia. Hendro Doso Putro.....	184
Gambar 96	Layout Poster Caleg Partai Keadilan Dan Persatuan Indonesia.....	185



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Permasalahan**

Pada pemerintahan orde baru (ORBA), pemilihan umum (Pemilu) disebut pesta demokrasi. Seperti layaknya pesta, pemilu adalah sebuah kemeriahan yang ditandai dengan ingar-bingar proses politik yang biasa diselenggarakan dalam siklus lima tahunan (Samah dan Susanti, 2013: 37).

Pesta demokrasi pasca berakhirnya ORBA sangat terasa perbedaannya, terutama masyarakat dalam mensikapi atau cara pandang masyarakat tentang pemilu serta hak untuk menjadi anggota legislatif (UURI, No 8, 2012).

Cara pandang demikian berimplikasi pada minat masyarakat untuk menjadi calon legislatif (caleg). Saat pendaftaran caleg dibuka, sejumlah partai politik (parpol) peserta pemilu pun kebanjiran peminat yakni caleg. Banyak peminat baik yang berasal dari masyarakat umum maupun dari kader sendiripun tiba-tiba turut mendaftar (Samah dan Susanti, 2013:14).

Fenomena tersebut akhirnya memunculkan suatu akibat persaingan di antara caleg yang menginginkan untuk dipilih oleh masyarakat yang sudah mempunyai hak memilih.

Pada sisi lain, *euforia* politik struktural (calon anggota parlemen) menjanjikan berbagai harapan. Akibatnya, banyak masyarakat ... rame-rame, berbondong-bondong, dan ikut-ikutan jadi caleg. Menjadi caleg seakan-akan menjadi suatu kebanggaan (Samah dan Susanti, 2013: ix).

Sementara itu hanya sedikit orang yang memperoleh keuntungan tersebut, mereka adalah elit. Elit adalah mereka yang lebih berpengaruh daripada orang kebanyakan, yaitu massa (Varma, 2003: 257). Berbagai macam cara dan usaha dilakukan kandidat caleg untuk menarik simpati para konstituen, sebab dianggap aset yang teramat penting guna mendapatkan elektabilitas dalam pemilu, seperti dalam pemilu 2014. Salah satu usaha caleg adalah beriklan yang menggunakan berbagai media. Dalam pemilu legislatif (pileg) piranti untuk mendukung para caleg dalam mensosialisasikan dirinya kepada calon pemilih adalah alat peraga kampanye (APK).

Dalam Peraturan Walikota Surakarta No. 2 Tahun 2009, pasal 5 disebutkan Alat Peraga Kampanye meliputi; billboard, bendera, spanduk, baliho, banner, brosur, poster, koran, TV dan media lainnya. Pada gilirannya iklan visual berwujud

poster yang bertebaran di sepanjang jalan protokol maupun di perkampungan atau desa-desa.

Sejak pemilu 1999 hingga sekarang, alat peraga kampanye, secara komunikasi visual tidak bersalin wajah. Para caleg yang berburu “kekuasaan” senantiasa menampilkan jati dirinya seperti halnya desain kartu tanda penduduk. Pada sudut kiri, terpampang foto wajahnya yang diatur sedemikian rupa agar secara visual tampil rupawan atau cantik mempesona. Di sebelahnya dihadirkan catatan kesuksesan sang caleg. Di antara catatan kesuksesan itu, tertulis deretan gelar akademis, gelar kebangsawanan, gelar keagamaan, hubungan kekerabatan dengan tokoh parpol dan status sosial lain. Di bawahnya dituliskan pula janji politik sang caleg (Tinarbuko, 2013: 7).

Saat ini, caleg tidak hanya bersaing dengan caleg dari partai lain, tetapi juga bersaing dengan caleg yang sama-sama diusung oleh partai politik yang sama. Ketatnya persaingan sehingga menjadikan para caleg harus lebih kreatif dalam membuat konsep komunikasi serta membuat desain yang menarik untuk mendapatkan simpati dari pemilih. Menurut Firmanzah, para kontestan dalam pemilu perlu melakukan kajian untuk mengidentifikasi besaran pendukungnya, massa

mengambang dan pendukung kontestan lain (Firmanzah, 2007: 123).

Sampai sekarang bangsa Indonesia sudah melaksanakan pemilu 11 kali yaitu pemilu 1955, 1971, 1977, 1982, 1987, 1992, 1997, 1999, 2004, 2009 serta pemilu pada tanggal 9 April tahun 2014.

Dalam pesta demokrasi 2014 diikuti 12 kontestan partai politik dengan urutan: 1) Partai Nasional Demokrat (Nasdem); 2) Partai Kebangkitan Bangsa (PKB); 3) Partai Keadilan Sejahtera (PKS); 4) Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP); 5) Partai Golongan Karya (Golkar); 6) Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra); 7) Partai Demokrat; 8) Partai Amanat Nasional (PAN); 9) Partai Persatuan Pembangunan (PPP); 10) Partai Hati Nurani Rakyat (HANURA); 11) Partai Bulan Bintang (PBB); 12) Partai Keadilan dan Persatuan Indonesia (PKPI).<sup>1</sup>

Pada pileg Kota Surakarta 2014 ini terbagi menjadi 5 (lima) daerah pemilihan (dapil). Sementara jumlah anggota dewan yang akan duduk di Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kota Surakarta berjumlah 45 anggota dewan.

---

<sup>1</sup> Ada tiga partai politik (parpol) lokal dengan nomor partai; 11. Partai Damai Aceh (PDA); 12. Partai Nasional Aceh (PNA); 13. Partai Aceh (PA) hanya di Aceh.

Pembagian dapil meliputi: 1) Kota Surakarta 1. Terdapat 8 kursi, wilayahnya Laweyan; 2) Kota Surakarta 2 (Banjarsari A). Terdapat 8 kursi, wilayahnya Banyuanyar, Sumber, Manahan, Gilingan, Mangkubumen, Kestalan, Punggawan, Ketelan, Setabelan, Timuran dan Keprabon; 3) Kota Surakarta 3 (Banjarsari B). Terdapat 7 kursi, wilayahnya Kadipiro dan Nusukan; 4) Kota Surakarta 4. Terdapat 11 kursi, wilayahnya Jebres; 5) Kota Surakarta 5. Terdapat 11 kursi, wilayahnya Serengan dan Pasar Kliwon.

Pada pileg 2014 iklan yang berupa poster memang menjamur dan bertebaran di berbagai penjuru, baik di jalan protokol, di jalan perkampungan maupun pedesaan yang saling berebut untuk menarik perhatian masyarakat. Tak ubahnya parade poster dengan ukuran yang bermacam-macam.

Namun, dari semua penampilan poster para caleg pasti juga mempunyai makna dan maksud tertentu, dan yang terutama adalah caleg ingin mendapatkan perhatian dari masyarakat sebagai target guna mendapatkan suara.

Berkaitan dengan disiplin ilmu desain komunikasi visual, terdapat ungkapan bahwa perkembangan ilmu pengetahuan tak dapat dipisahkan dari masyarakat dan kebudayaan di mana ia tumbuh. Selain itu pengetahuan akan bisa berkembang bila ada

kesadaran untuk mengembangkan, memanfaatkan serta memaknainya dalam kehidupan sehari-hari.

Hal-hal inilah yang memunculkan keinginan penulis untuk mengisi atau menjalankan kemacetan serta mencairkan kebekuan dari pengetahuan tersebut. Pengetahuan membeku ketika tak ada orang yang *mentranslasinya* ke dalam ekspresi (desain, karya, sistem), dan kemudian memanifestasikan menjadi artifak (produk, teknologi, barang) (Piliang, 2012: 9).

### **B. Perumusan Masalah**

1. Bagaimana presentasi diri ditampilkan dalam poster calon legislatif dalam kampanye pileg DPRD Kota Surakarta 2014?
2. Apa makna poster caleg DPRD Kota Surakarta 2014?

### **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan menjelaskan serta mengetahui dalam bentuk apa saja presentasi diri caleg dalam kampanye pemilu legislatif DPRD Kota Surakarta 2014 dengan mengadopsi istilah dalam seni pertunjukan. Yang dalam hal ini bentuk presentasi diri dengan cara memvisualisasikan ekspresi, bahasa tubuh, kostum, partai pengusung serta daerah pemilihan.



Penelitian ini juga bertujuan untuk mendapatkan kedalaman makna yang terkandung pada poster caleg DPRD Kota Surakarta 2014 dengan pendekatan analisis semiotika Roland Barthes dengan memahami makna denotatif dan konotatif.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dapat memberi sumbangan tulisan ilmiah dan pengetahuan dalam pengembangan ilmu terutama terkait dengan bidang desain komunikasi visual, serta dapat digunakan sebagai referensi dalam penelitian bagi mahasiswa dan dosen terkait dengan poster caleg.

Kedua diharapkan dapat memberikan informasi terkait dengan presentasi diri dalam poster caleg DPRD Kota Surakarta 2014. Kepada masyarakat baik umum maupun akademisi yang berkepentingan dengan desain komunikasi visual, serta memberikan manfaat kepada para desainer komunikasi visual, praktisi komunikasi, khususnya terkait dengan poster caleg di masa-masa yang akan datang.

#### **E. Tinjauan Pustaka**

Tinjauan pustaka berguna sebagai referensi yang ditelusuri melalui hasil penelitian terdahulu. Salah satu tujuan

tinjauan pustaka juga untuk memastikan bahwa apa yang akan diteliti belum diteliti sebelumnya. Penelitian yang terkait secara khusus dengan penelitian ini adalah sebagai berikut;

Bedjo Riyanto (2000) dalam *Iklan Surat Kabar dan Perubahan Masyarakat di Jawa Masa Kolonial* membahas gaya desain grafis Indies dari perspektif sejarah. Desain grafis merupakan suatu produk kebudayaan Indies yang berkembang awal abad 20 yang mempunyai gaya campuran antara gaya desain modern yang berkembang di Eropa pada abad 19 sampai awal abad 20. Dalam desain tersebut eksotisme seni rupa tradisional wayang merupakan kekuatan lokal genius masyarakat pribumi. Gaya visual tersebut dipelopori dan dikembangkan oleh seniman-seniman atau perancang grafis Belanda, yang kemudian dikembangkan oleh seniman-seniman seni rupa pribumi seperti Abdullah Soerjo Soebroto, Basuki Abdullah, Wakidi, Pirngadi, Abdoel Salam, B. Margono, dan lainnya. Pokok bahasan tentang poster caleg DPRD kota Surakarta 2014 tidak ada kesamaan dengan bahasan di atas sehingga keaslian tulisan masih dapat dipertanggung jawabkan.

Achmad Fuad Abdul Rozak (2009) "Iklan Politik Caleg dalam Persepsi Pemilih Pemula" membahas tentang persepsi

pemilih pemula di SMAN III Surakarta terhadap iklan caleg DPRD II Surakarta melalui media luar ruang dan mendeskripsikan bagaimana bentuk iklan politik caleg DPRD II Surakarta di media luar ruang. Sedangkan dalam penelitian ini berkaitan dengan presentasi diri dalam poster caleg DPRD Kota Surakarta 2014, serta mencari makna apa yang terkandung dalam presentasi diri dalam poster. Jadi tidak ada kesamaan dengan penelitian ini.

Septian Adi. P (2013) “Unsur Rupa Pada Poster Film Thriller di Indonesia Periode 2009 – 2013” membahas tentang unsur rupa yang terdapat pada poster film bergenre *thriller* di Indonesia serta estetika poster tersebut ditinjau dari prinsip desain sebuah poster. Penelitian ini menjelaskan isi plot atau cerita film tersebut secara singkat dan jelas, sesuai dengan unsur-unsur rupa yang dipilih. Sedangkan penulisan presentasi diri dalam poster caleg DPRD Kota Surakarta 2014 menekankan pada dalam wujud apa presentasi diri para caleg dilakukan serta makna apa yang terkandung dalam poster caleg tersebut. Sehingga tidak ada kesamaan dan originalitas tulisan masih dapat dipertanggung jawabkan.

Soegeng Toekio (2007) *Bahasa Rupa dalam Pariwara Poster* mengulas tentang anggitan perupa untuk

kepentingan niaga dengan ragam obyek dan pewarnaan dari berbagai perautan serta pesan yang ingin disampaikan. Buku yang membahas perupa dan pesan denotatif, benda kagunan dan anggitan, jaturupa serta anggitan, prinsip perancangan, serta perlunya desain, keindahan sebagai ranah seni serta perautan laras atau selimpang. Pokok bahasan dalam buku ini dengan penelitian yang akan dilakukan tidak ada kesamaan dari bahasan nantinya, namun memang terdapat benang merah yang mana dapat sebagai acuan dalam penyempurnaan tulisan nantinya.

Pada bahasan dari tulisan-tulisan tersebut di atas terkait dengan poster dapat memberikan pengayaan. Oleh karena itu tema atau obyek penulisan serta keaslian tesis dapat penulis anggap bisa dipertanggung jawabkan serta tidak ada unsur duplikasi.

#### **F. Kerangka Konseptual**

Pembahasan terkait dengan poster caleg DPRD kota Surakarta 2014 ini menganalisis tentang poster digunakan caleg sebagai bagian alat peraga kampanye (APK) dalam kampanye pileg. Begitu juga poster sebagai media presentasi diri caleg dalam pileg. Namun juga memahami makna yang terkandung dalam poster caleg DPRD kota Surakarta 2014.

Sehingga pendekatan semiotika akan memberikan kedalaman makna yang ada pada poster caleg.

Persepsi orang awam apabila berbicara tentang desain berarti: poster, brosur, catalog, web, kemasan, rambu, dan seterusnya (Arthur, 2009: 68). "... Desain adalah satu di antara hasil karya tangan yang terbilang 'berat', dan dapat menciptakan kepuasan pada manusia" (Sachari, 2002: 7).

Jadi dalam desain dikenal unsur/elemen yaitu; titik, garis, bidang, ruang, warna dan tekstur (Kusrianto, 2007: 30-32). Dalam desain juga dikenal komposisi yang maksudnya adalah pengorganisasian unsur-unsur rupa. Komposisi dapat dicapai dengan mengikuti kaidah atau prinsip-prinsip komposisi yang meliputi; kesatuan (*unity*), keseimbangan (*balance*), irama (*ritme*), kontras, fokus (pusat perhatian), serta proporsi (Kusrianto, 2007: 34-43).

Istilah iklan (bahasa Melayu) berasal dari kata *i'lan* (bahasa Arab) yang artinya meneriakkan secara berulang-ulang. Istilah lain dari iklan adalah "reklame", pengaruh dari bahasa Perancis *reclame* yang asalnya dari bahasa Latin *reclamare*, artinya menyerukan. Di masa lalu banyak orang Indonesia menyebutnya "advertensi", terpengaruh bahasa Belanda *advertentie*. Saat ini orang lebih akrab dengan istilah

*advertising* (bahasa Inggris), berasal dari bahasa Latin *advertere* yang artinya berpaling, memusatkan perhatian kepada sesuatu (Supriyono, 2010: 127).

Namun yang perlu dipahami bahwa iklan yang semakin meruah saat ini dapat disebut sebagai dua sisi mata uang; sisi pertama berpihak kepada kepentingan peniaga yang lebih berorientasi pada keuntungan bendawi (materiil dan finansial). Di sisi lain ada keberpihakannya kepada seni (*art*) yang menekankan pada estetika atau keindahan sebagai sebuah nilai (Toekio, 2007: 32).

Pendapat Dan Nimmo iklan politik lebih banyak difokuskan pada khalayak yang independen dan belum memiliki tingkat afiliasi kuat dengan tokoh tertentu. Karena, semakin kuat afiliasi seseorang dengan tokoh politik tertentu, maka akan sulit bagi iklan politik untuk menanamkan nilai persuasifnya (Nimmo and Combs, 1993: 137). Pendapat lain, iklan politik adalah iklan yang sering digunakan para politisi untuk membujuk orang agar memilih mereka. Di Amerika Serikat dan negara-negara lain yang membolehkan iklan politik, iklan jenis ini merupakan bagian penting dari proses pemilihan umum (Lee and Johnson, 2004: 7).

Mengutip pendapat Dan Nimmo dalam bukunya, *Komunikasi Politik: Komunikator, pesan dan media* membagi kategori iklan menjadi dua macam saja, yakni iklan komersial dan iklan non komersial. Iklan komersial adalah iklan yang menawarkan dan mempromosikan produk atau jasa yang dilakukan oleh perusahaan atau lembaga komersial lain. Sedangkan iklan non komersial adalah iklan yang dilakukan oleh kelompok-kelompok amal, pemerintah, partai politik dan kandidat politik (Nimmo, 1993: 135).

Robert Baujus dalam Combs (1993) membagi iklan politik atas empat macam, yakni:

1. Iklan serangan, yang ditujukan untuk mendiskreditkan lawan;
2. Iklan argumen, yang memperlihatkan kemampuan para kandidat untuk mengatasi masalah-masalah yang mereka hadapi;
3. Iklan ID, yang memberi pemahaman mengenai siapa sang kandidat kepada para pemilih;
4. Iklan resolusi, dimana para kandidat menyimpulkan pemikiran mereka untuk para pemilih (Cangara, 2009: 346).



## 1. Poster Kampanye

Menurut Robin Landa dalam buku *Graphic Design Solutions* mendeskripsikan poster sebagai bentuk publikasi dua dimensional dan satu muka yang digunakan untuk menyajikan informasi, data, jadwal, atau penawaran, dan untuk mempromosikan orang, acara, tempat, produk, perusahaan, jasa atau organisasi (Landa dalam Supriyono, 2010: 158).

Poster adalah iklan atau pengumuman yang diproduksi secara massal. Poster pada umumnya dibuat dengan ukuran besar di atas kertas atau media lain untuk didisplay kepada khalayak. Sebuah poster biasanya berisi gambar ilustrasi dengan warna-warna yang indah dan beberapa teks maupun memuat *trademark*. Sebuah poster biasanya berguna secara komersial untuk mengiklankan suatu produk, suatu kegiatan pendidikan, acara entertainment, even-even tertentu, maupun sebagai alat propaganda (Kusrianto, 2009: 338).

Poster kampanye dipergunakan sebagai media untuk mencari simpati dari calon pemilih pada pemilihan umum. Hingga kini, poster kampanye selalu muncul di dalam setiap

acara pesta demokrasi.<sup>2</sup> Baik pemilihan kepala negara, kepala daerah baik propinsi, kota, kabupaten sampai caleg.

Melihat demikian banyak dan ragam serta bentuknya itu, pada dasarnya poster menyiratkan pesan yang dapat dipilahkan:

- a. Penyampaian yang bersifat kagunan atau fungsional.
- b. Pesan yang bersifat penjelas atau informasi.
- c. Perautan dengan pesan bersifat sepada atau mengingatkan.
- d. Penyampaian yang bersifat agulan atau meningkatkan prestise.

Keempat ciri yang membedakan perautan itu merupakan hakekat pesan dari suatu iklan yang berlaku umum, (Toekio, 2007: 36). Masyarakat dalam hal ini konstituen dianggap sebagai objek yang membawa hak suara sehingga kemudian diperebutkan suaranya oleh para kandidat caleg.

## 2. Komunikasi

Proses komunikasi tidak bisa lepas dari simbol. Komunikasi adalah suatu proses simbolik. Cara manusia dalam menyampaikan keinginan dan untuk mengetahui hasrat atau

---

<sup>2</sup> Para pengamat seni grafis mengelompokkan jenis poster menjadi; - poster teks; - poster bergambar; - poster propaganda; - poster wanted; - poster film; - poster buku komik; - poster riset dan kegiatan ilmiah; - poster karya seni; - poster layanan masyarakat; dan salah satunya poster kampanye (Kusrianto, 2009: 338-359).

maksud orang lain, merupakan awal dari cara manusia berkomunikasi secara sistematis dengan media perantara melalui lambang-lambang isyarat. Disusul dengan kemampuan untuk *mentranslate* atau menterjemahkan setiap lambang-lambang tersebut dalam wujud komunikasi verbal. Seseorang dapat merubah sikap dan tingkah laku orang lain manakala komunikasi berjalan secara efektif. Komunikasi bisa terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan. Kalau pendapat Cangara: “Komunikasi adalah suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan: 1. membangun hubungan antar sesama manusia, 2. melalui pertukaran informasi, 3. untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain, 4. serta berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu” (Cangara, 2002: 19).

Komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling pengaruh mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak disengaja. Tidak terbatas pada bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi ( Shannon dan Weaver dalam Cangara, 2012: 23 ).

Dalam Komunikasi politik, persepsi khalayak terhadap tokoh politik tertentu bisa dibangun lewat berbagai cara, salah satunya dengan pemasangan iklan politik. Salah satu tujuan iklan politik berupa reklame adalah membangun kredibilitas tokoh politik. Jalaluddin Rakhmat menilai, persepsi khalayak tentang sifat komunikator sebagai faktor utama dalam membentuk citra tentang kredibilitas (Rakhmat, 2005: 257).

### 3. Komunikasi Politik

Menurut Lucian Pye dalam Cangara, antara komunikasi dan politik memiliki hubungan yang erat dan istimewa karena berada dalam kawasan (*domain*) politik dengan menempatkan komunikasi pada posisi yang sangat fundamental (Cangara, 2009: 16). Mencuplik pendapat Galnoor “tanpa komunikasi, tidak akan ada usaha bersama, sehingga tidak ada politik” (Cangara, 2009: 16). Oleh karena itu komunikasi yang membicarakan tentang politik kadang diklaim sebagai studi tentang aspek-aspek politik dari komunikasi publik, dan sering dikaitkan sebagai komunikasi kampanye pemilu (*election campaign*) karena mencakup masalah persuasi terhadap pemilih, debat kandidat, dan penggunaan media massa sebagai alat kampanye (McQuail dalam Swanson, 1990, dalam Cangara, 2009: 16).

Pengertian komunikasi politik dapat dirumuskan sebagai suatu proses pengoperan lambang-lambang atau simbol-simbol komunikasi yang berisi pesan-pesan politik dari seseorang atau kelompok kepada orang lain dengan tujuan untuk membuka wawasan atau cara berpikir, serta memengaruhi sikap dan tingkah laku khalayak yang menjadi target politik (Cangara, 2009: 35).

#### Unsur Komunikasi Politik

- Sumber atau komunikator politik.
- Pesan politik
- Saluran atau media politik
- Sasaran atau target politik
- Pengaruh atau efek komunikasi politik (Cangara, 2009: 38-39).

#### Fungsi Komunikasi Politik

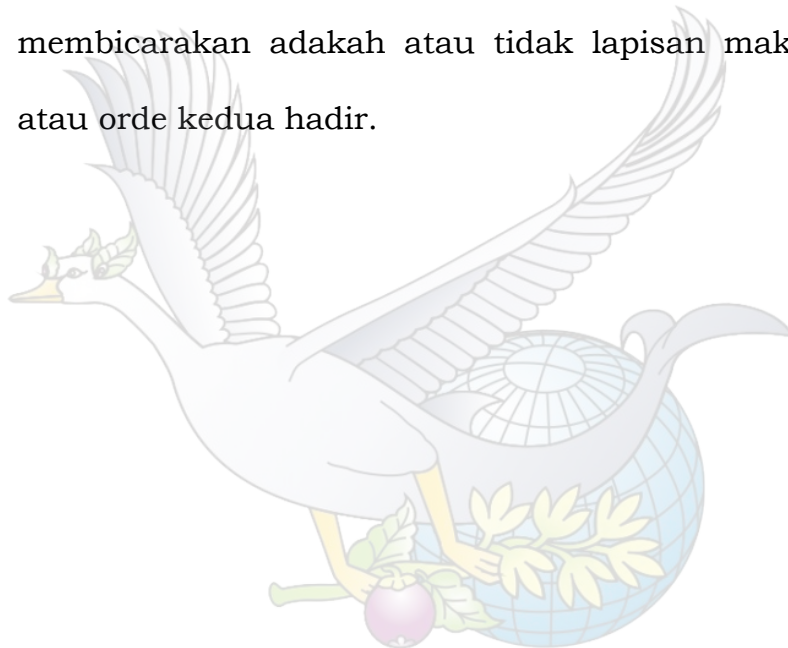
Menurut McNair (2003: 21) fungsi komunikasi ada lima fungsi dasar yakni;

1. Memberikan informasi kepada masyarakat apa yang terjadi di sekitarnya.
2. Mendidik masyarakat terhadap arti signifikansi fakta yang ada.

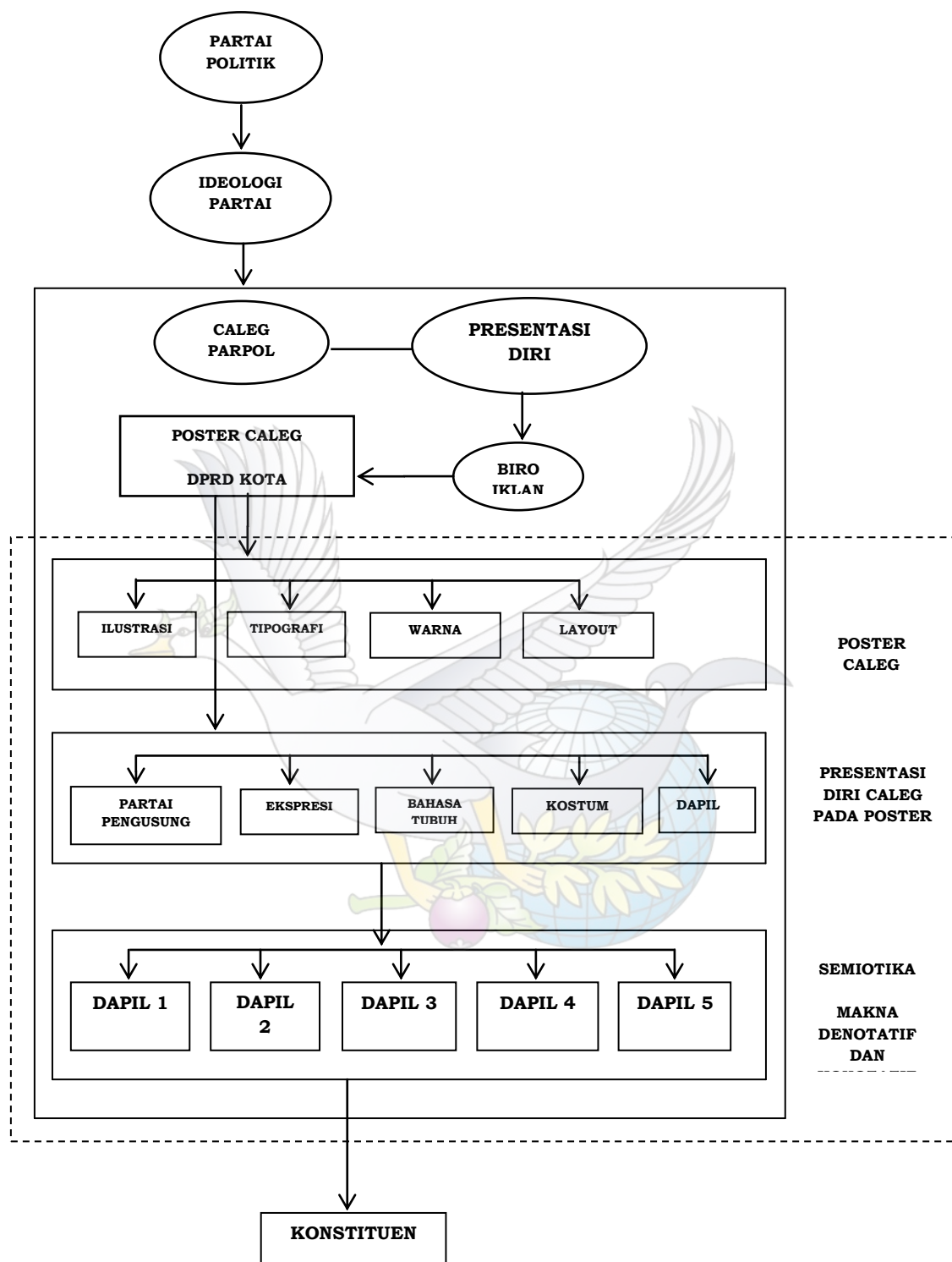
3. Menyediakan diri sebagai *platform* untuk menampung masalah-masalah politik sehingga bisa menjadi wacana dalam membentuk opini publik.
4. Membuat publikasi yang ditujukan kepada pemerintah dan lembaga-lembaga politik.
5. Dalam masyarakat yang demokratis, media politik berfungsi sebagai saluran advokasi yang bisa membantu agar kebijakan dan program-program lembaga politik dapat disalurkan kepada media massa.

Teori ini digunakan untuk memahami makna yang terkandung dalam presentasi diri dalam poster caleg DPRD Kota Surakarta 2014. Dalam semiotika Barthes, ide pokoknya adalah pelapisan makna. Lapisan pertama adalah lapisan denotasi, yaitu apa, atau siapa yang sedang dilukiskan di sini. Lapisan kedua adalah lapisan konotasi, yaitu ide dan nilai apa yang diekspresikan melalui apa yang direpresentasikan, dan dengan cara bagaimana hal itu direpresentasikan (Leeuwen, 2008: 92). Semiotika visual Roland Barthes dan ikonografis yang metode analisis visual yang dikembangkan oleh sejarawan seni seperti Edgar Wind, Erwin Panofsky dan Meyer Schapiro. Kedua metode ini di dasarkan pada gagasan makna berlapis, gambar yang terdiri

pertama-tama dari lapisan representasional atau makna denotatif (lapisan siapa dan apa yang digambarkan di sini) yang kemudian ditumpangkan lapisan makna konotatif atau simbolis (lapisan apa artinya semua ini). Kedua metode memberikan petunjuk khusus untuk membedakan dan menganalisa lapisan ini, dan kriteria khusus untuk membicarakan adakah atau tidak lapisan makna simbolis atau orde kedua hadir.







**Bagan 1.** Kerangka Pikir Presentasi Diri dalam Poster Calon Legislatif DPRD Kota Surakarta 2014



## **G. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui proses wawancara dan dokumentasi. Untuk karya poster penulis sudah menentukan poster yang dianggap memenuhi kriteria yang penulis butuhkan dalam penelitian ini.

### **2. Lokasi Penelitian**

Merupakan area penelitian ini dilakukan. Adapun area meliputi wilayah Kota Surakarta, dalam kaitan ini terbagi menjadi lima daerah pemilihan (sudah disebutkan di atas).

### **3. Sumber Data**

Pada penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara serta dokumentasi dengan pendekatan sebagai berikut:

#### **a. Informan**

Merupakan orang yang mempunyai kemampuan untuk memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Dalam hal ini penulis mencari informasi kepada Soegeng Toekio yang merupakan seorang pengajar, penulis buku “Bahasa Rupa dalam Pariwara Poster” dan dianggap memiliki pengetahuan yang memadai terkait dengan kasus ini. Irfan

Sutikno seorang praktisi komunikasi yang merupakan penanggung jawab Solo *Creative City* dan Direktur *FreshBlood Advertising* Solo, Ahmad Adib yang merupakan dosen serta Direktur LesTude Solo. Selain itu caleg langsung yaitu Budi Cahyono serta Dyah Retno Pratiwi.

b. Dokumen

Dokumen dalam penelitian ini adalah poster-poster caleg DPRD Kota Surakarta 2014 yang terpasang di wilayah Kota Surakarta yang telah didokumentasikan dengan kamera saat terpasang di lapangan.

#### **4. Teknik Pengumpulan Data**

a. *In Depth Interview*

Teknik wawancara ini merupakan teknik yang paling banyak digunakan dalam penelitian kualitatif, terutama pada penelitian lapangan. Pengumpulan data dengan cara bertanya langsung atau wawancara kepada informan secara mendalam (Sutopo, 2006: 69). Wawancara dilakukan secara terbuka guna menghasilkan data. Nara sumber memberikan data atau informasi berupa data verbal, visual ataupun lisan. Narasumber tersebut adalah: Soengeng Toekio, Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Sahid Surakarta; Irfan Sutikno, seorang praktisi serta direktur biro iklan; Ahmad Adib,

seorang dosen desain komunikasi visual di UNS serta direktur lembaga pendidikan LesTude di Surakarta; Budi Cahyono dan Dyah Retno Pratiwi yang merupakan caleg DPRD Kota Surakarta 2014.

b. Studi Pustaka

Metode kepustakaan dilakukan dengan mengumpulkan data-data sumber tertulis yang berhubungan dengan objek penelitian (Moleong, 1989: 113).

Penelitian menggunakan data-data yang didapat dari buku dan digunakan sebagai acuan, yang diantaranya:

Pramono Anung dalam buku Mahalnya Demokrasi Memudarnya Ideologi Potret Komunikasi Politik Legislator-Konstituen (2013). Dalam buku ini dipaparkan secara panjang lebar tentang latar belakang, konsep diri, dan motivasi legislator, termasuk bagaimana seorang legislator memaknai konstituenya, dalam buku ini juga menjelaskan komunikasi politik yang terdiri dari pembahasan tentang komponen komunikasi politik dan strategi komunikasi politik. Buku menjadi acuan guna memahami presentasi diri caleg dalam poster DPRD Kota Surakarta 2014.

Hafied Cangara (2009) dengan buku Komunikasi Politik, Konsep, Teori, dan Strategi. Paparan dalam buku ini tentang

teori politik dan komunikasi, kepartaian, metode dan teknik kampanye serta undang-undang dan peraturan pemerintah tentang kepartaian, hubungan politisi dan artis, etika dan pembentukan politisi. Buku ini berguna untuk memahami tentang partai politik, sehingga dapat digunakan untuk acuan.

Harymawan (1993) dengan buku Dramaturgi yang berisi paparan tentang ajaran seni drama, dimana merupakan salah satu bentuk pengungkapan ekspresi, bahasa tubuh, serta kostum sehingga buku ini dapat digunakan sebagai acuan.

Rikrik El Saptaria (2006) dengan buku Panduan Praktis Akting Untuk Film dan Teater Acting Handbook. Berisi paparan seni peran, problem-problem baik persiapan seorang actor untuk memahami dirinya serta bentuk-bentuk latihan untuk alat ekspresi serta bagaimana kostum yang sesuai bagi seorang actor. Buku ini dapat membantu bagaimana presentasi diri bisa divisualkan sehingga relevan untuk dipakai referensi.

#### c. Perekaman

Hal ini digunakan untuk memperjelas berbagai data yang diperoleh dari nara sumber serta dokumen serta catatan pada saat wawancara.. bisa meliputi rekaman suara, rekam gambar atau scan gambar.

### **5. Analisis Data**

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari wawancara, pengamatan yang sudah ditulis dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto dan sebagainya (Moleong, 1989: 209). Penulis menentukan jumlah dan poster mana yang dipakai sebagai sampel berdasarkan pertimbangan yang memenuhi kriteria pada penelitian ini. Dengan pertimbangan obyek tersebut masih original, baru dan dapat langsung kita amati di lokasi pemasangan.

Analisis data dengan pendekatan semiotika. Agar memperoleh akurasi, validitas, dan reliabilitas data yang mendukung pembahasan maka, analisis ditempuh dengan cara mengidentifikasi dan mengklasifikasikan berbagai informasi tertulis dan visual secara kritis dan selektif.

Proses analisis data dilakukan sejak awal bersama proses pengumpulan data. Proses analisis data dilakukan secara terus menerus dan berkelanjutan selama masa penelitian. Penelitian menggunakan sebuah teknik analisis interaktif maupun interpretatif dengan menggunakan tiga variabel. Terhadap data-data observasi, hasil wawancara, dan studi pustaka, yaitu penyajian data, data reduksi, dan gambaran kesimpulan. Reduksi data merupakan komponen pertama

dalam analisis proses selektif, pemfokusan, penyederhanaan dan abstraksi data dari catatan lapangan. Reduksi data berlangsung secara terus menerus terhadap data-data wawancara, studi pustaka, dan sepanjang penelitian membuat ringkasan dari data lapangan. Sajian data merupakan suatu analisis kedua dan rakitan organisasi informasi. Deskripsi dalam bentuk narasi lengkap disusun secara logis dan sistematis, jika dibaca mudah dipahami. Penarikan kesimpulan dan verifikasi dilakukan untuk memberi kesimpulan yang cukup berbobot dan benar-benar bisa dipertanggungjawabkan.

#### **H. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dimaksudkan untuk mempermudah serta memberikan gambaran secara menyeluruh yang terkait dengan isi penelitian yaitu sebagai berikut:

Bab Pertama memaparkan Pendahuluan berisikan penjelasan dengan pembahasannya mengenai Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Tinjauan Pustaka, Kerangka Teoretis, Metode Penelitian dan Sistematika Penelitian.

Bab Kedua pada garis besarnya berisi tentang poster caleg DPRD Kota Surakarta 2014 yang berkaitan dengan unsur visual

poster kampanye. Yang terdiri dari unsur; ilustrasi, tipografi, warna serta layout.

Bab Ketiga Berisi paparan yang berkenaan dengan presentasi diri dalam poster Calon Legislatif DPRD Kota Surakarta 2014. Wujud presentasi dirinya meliputi ekspresi, bahasa tubuh, kostum, partai pengusung serta daerah pemilihan.

Bab Keempat berisikan paparan makna dari Presentasi Diri Dalam Poster Calon Legislatif DPRD Kota Surakarta 2014. Dengan kajian semiotika Roland Barthes.

Bab Kelima Dalam bab ini berisikan simpulan dan merupakan bagian yang memaparkan hasil temuan-temuan dari penelitian sesuai permasalahan yang dikemukakan dalam penelitian ini. Selanjutnya beberapa saran-saran menyangkut manfaat hasil penelitian dan tujuan lain akan dipaparkan secara sistematis.



**BAB II**

**POSTER CALEG DPRD KOTA SURAKARTA 2014**





**BAB III**  
**PRESENTASI DIRI DALAM POSTER CALEG DPRD KOTA**  
**SURAKARTA 2014**



## **BAB IV**

### **MAKNA POSTER CALEG DPRD KOTA SURAKARTA 2014**



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Poster merupakan media promosi yang di dalamnya terkandung unsur-unsur visual. Begitu juga poster pemilu calon legislatif DPRD Kota Surakarta 2014. Poster caleg merupakan bagian dari alat peraga kampanye yang digunakan sebagai media guna menginformasikan kepada konstituen, sehingga dapat dikatakan poster sebagai sarana atau alat untuk mempresentasikan diri para caleg.

Upaya mempresentasikan diri para caleg dengan wujud; ekspresi, bahasa tubuh, kostum, partai pengusung serta daerah pemilihan yang kesemuanya tersaji dalam desain poster. Meminjam istilah dalam seni pertunjukan poster bisa dikatakan sebagai pementasan dalam bingkai atau pertunjukan berbingkai sehingga yang tersaji dalam visual poster dengan menerapkan unsur-unsur tersebut di atas.

Presentasi diri dalam poster caleg DPRD Kota Surakarta 2014 tentulah juga terkandung berbagai unsur visual yang meliputi; ilustrasi, tipografi, warna dan layout. Temuan yang ada pada poster caleg DPRD Kota Surakarta dalam hal; Ilustrasi masih banyak kekurangan dalam hal kualitas gambar meskipun

menggunakan teknik foto namun resolusinya belum memadai ketika ukuran ilustrasi diperbesar sehingga ilustrasi foto jadi kurang tajam; Tipografi juga masih terlalu banyak dalam penerapan jenis huruf sehingga berakibat keterbacaan dari teks kadang membuat tidak maksimal; Warna, dengan adanya multi partai sebagai peserta pemilu berakibat terdapat kesamaan-kesamaan dalam warna corporate partai sehingga berakibat pada konstituen untuk memahami caleg yang ada pada poster dari partai mana; Layout, untuk layout poster hampir bisa dikatakan sama atau generik, karena unsur-unsur yang ada didesain dengan tata letak yang hampir sama pula. Dari keempat unsur tersebut merupakan satu kesatuan yang akan menghasilkan suatu rancangan desain poster.

Presentasi diri dalam poster calon legislatif DPRD Kota Surakarta belum mendapat perhatian yang cukup, hal ini tampak dalam wujud poster yang ada. Bentuk presentasi diri dalam; Ekspresi caleg belum diperhitungkan dengan baik dan terkesan seadanya, karena belum dapat mempresentasikan bagaimana profil sang caleg.

Untuk kostum caleg tampak belum diperhitungkan keterkaitan dengan unsure yang lain, missal dengan ekspresi, bahasa tubuh serta teks yang dimunculkan belum menjadi suatu

satu kesatuan utuh dalam satu desain poster, sehingga tidak mampu mencuri perhatian masyarakat secara khusus.

Partai pengusung caleg juga masih banyak yang kurang jelas, bisa dikarenakan ada persamaan warna antara partai satu dengan yang lain. Sedangkan untuk dapil juga belum kelihatan perbedaan yang signifikan karena di Kota Surakarta terbagi menjadi lima dapil dan masing-masing dapil ada perbedaan lingkungan masyarakatnya. Misalnya yang daerahnya padat penduduk akan berbeda dengan yang penduduk agak jarang.

Untuk makna secara keseluruhan presentasi diri caleg masih belum memberikan pemaknaan bagaimana sang caleg punya latar belakang baik dari pengalaman, keahlian serta kemampuan apa yang dimiliki (misal seorang bisnismen, eksekutif muda, tenaga pendidik, atau bahkan wiraswastawan). Belum ada sinkronisasi dari visualisasi ekspresi, bahasa tubuh, kostum, partai pengusung serta dapil, begitu pula dengan teks yang ditampilkan dalam desain.

Yang tampak dalam presentasi diri caleg adalah dominasi figure dengan mengedepankan janji-janji serta masih memposisikan dirinya termasuk punya kelebihan. Dari partai tertentu menyatakan siap tidak menerima gaji dengan janji di

hadapan notaries, ada yang memposisikan dirinya super hero serta menyerahkan jiwa raga demi Negara “apabila terpilih”.

### **B. Saran**

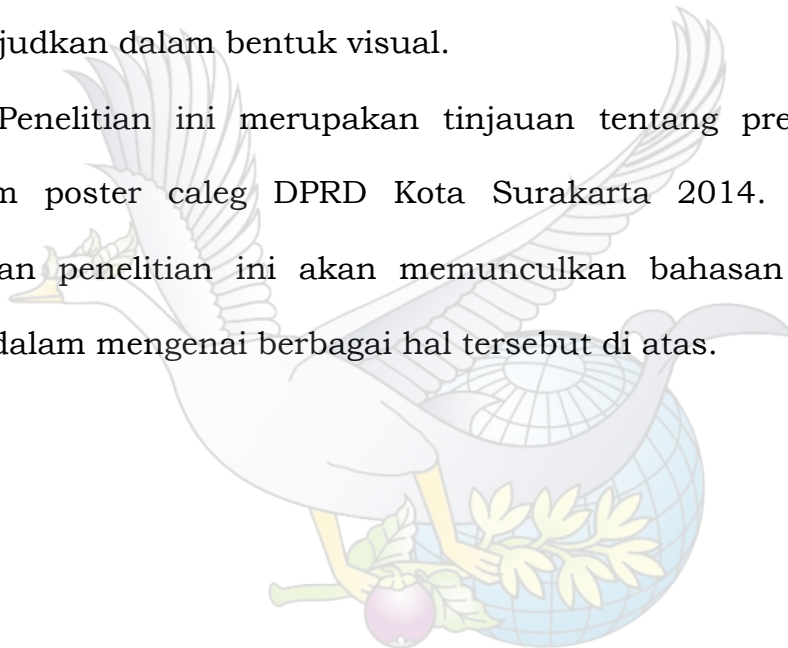
Seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang berimplikasi pada pola pikir masyarakat, baik yang hidup di kota-kota besar ataupun di daerah menjadi seperti tanpa batas. Begitu juga semakin berkembangnya bidang pendidikan terutama yang terkait dengan bidang desain sehingga seseorang dapat mengaplikasikan pengetahuan teknologi untuk menghasilkan sebuah karya dalam hal ini desain komunikasi visual (poster). Sehingga impak yang tampak banyak desain yang dihasilkan oleh “desainer-desainer” yang bisa mendesain namun belum dilandasi konsep-konsep yang benar (biasa didapatkan dalam pendidikan formal program Strata Satu).

Hal ini disebabkan “desainer” yang berlatar belakang pendidikan dari sekolah menengah kejuruan (SMK) bisa mendesain namun posisinya dikatakan sebagai “pekerja desain” belum bisa dianggap sebagai seorang desainer yang sesungguhnya karena ketika seseorang dalam membuat desain tidak bisa terlepas dari apa yang dikatakan prinsip-prinsip desain, unsur-unsur desain dimana untuk memahami dan mengaplikasikan ke dalam suatu desain tidak bisa secara instan, namun

membutuhkan suatu proses yang cukup lama. Atau bisa dikatakan membutuhkan jam terbang yang panjang.

Seorang desainer grafis atau desain komunikasi visual dapat dikatakan profesi yang memerlukan intelegensi yang tinggi. Karena mengkomunikasikan suatu maksud dalam berbagai bentuk baik verbal, non verbal ataupun simbol-simbol yang kemudian diwujudkan dalam bentuk visual.

Penelitian ini merupakan tinjauan tentang presentasi diri dalam poster caleg DPRD Kota Surakarta 2014. Diharapkan dengan penelitian ini akan memunculkan bahasan yang lebih mendalam mengenai berbagai hal tersebut di atas.



## DAFTAR PUSTAKA

- Arthur, Rene, *Desain Grafis: dari mata turun ke hati*. Bandung: Kelir, 2009.
- Adityawan, Arief . S, *Tinjauan Desain Grafis dari Revolusi Industri hingga Indonesia Kini*. Jakarta: PT Konsep Media, 2010.
- Anggraini, Lia dan Kirana Natalia, *Desain Komunikasi Visual: Dasar-dasar Panduan untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia, 2014.
- Barthes, Roland, *Petualangan Semiotologi*. Terj. Stephanus Aswar Herwinarko Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007.
- Budiman, Kris, *Semiotika Visual: Konsep, Isu, dan Problem Ikonisitas*. Yogyakarta: Jalasutra, 2012.
- Budiman, Kris, *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit Buku Baik, 2004.
- Cangara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2012.
- Cangara, Hafied, *Komunikasi Politik, Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2009.
- Combs, James E and Dan Nimmo, *The New Propaganda: The Dictatorship of Palaver in Contemporary Politics*. New York London: Longman, 1993.
- Darmawan, Hikmat, *How To Make Comics Menurut Para Master Komik Dunia*. Jakarta: Bentang Pustaka, 2012.
- Dharsono, *Seni Rupa Modern*. Bandung: Rekayasa Sains, 2004.
- Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2002
- Feldman, Edmund Burke, *Art as Image and Idea*. New Jersey: Prentice Hall Inc, 1967.



- Firmanzah, *Marketing Politik: Antara Pemahaman dan Realitas*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2007.
- Gustami, SP, *Seni Kerajinan Mebel Ukir Jepara; Kajian Estetik Melalui Pendekatan Multidisiplin*. Yogyakarta: Kanisius, 2000.
- Hinton, Leanne et.al. *Sound Symbolism*. New York: Cambridge University Press, 1994.
- Hoed, Benny H., *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya*. Depok: Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya (FIB) UI, 2008.
- Jefkins, Frank, *Periklanan*. Alih Bahasa, Haris Munandar. Jakarta: Erlangga, 1997.
- Kusrianto, Adi, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2009.
- Kasali, Rhenald, *Manajemen Periklanan: Konsep dan aplikasinya di Indonesia*, Jakarta: PAU Ekonomi UI, 1995.
- Lee, Monle dan Johnson, Carla, *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*, terjemahan, Jakarta: Prenada Media, 2004.
- Leeuwen, Theo van and Carey Jewitt, *Handbook of Visual Analysis*, London: Sage Publications Ltd, 2008.
- Maharsi, Indiria, *Tipografi: Tiap Font Memiliki Nyawa dan Arti*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service), 2013.
- McNair, Brian, *An Introduction to Political Communication*. New York-London: Routledge Taylor & Francis Group, 2003.
- Moleong, Lexy. J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Remaja Karya, 1989.
- Nimmo, Dan, *Komunikasi Politik: Komunikator, pesan dan media*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005.

- Nurudin, *Komunikasi Propaganda*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001.
- Pawito, *Komunikasi Politik: Media Massa dan Kampanye Pemilihan*, Yogyakarta: Jalasutra, 2009
- Riyanto, Bedjo, *Iklan Surat kabar dan Perubahan Masyarakat di Jawa Masa Kolonial (1870-1915)*. Yogyakarta: Tarawang, 2000.
- Riyanto, Bedjo, *Seni Rupa Indonesia dalam konstruksi Kolonial*. Surakarta: UNS Press, 2012.
- Rakhmat, Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005.
- Rustan, Surianto, *Huruf Font Tipografi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2011.
- Rustan, Surianto, *Layout Dasar & Penerapannya*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2010.
- Sachari, Agus, *Sosiologi Desain*. Bandung: Penerbit ITB, 2007.
- Sachari, Agus dan Yanyan Sunarya. *Desain dan Kesenirupaan Indonesia dalam Wacana Transformasi Budaya*. Bandung: Penerbit ITB, 2001.
- Sachari, Agus dan Yanyan Sunarya. *Sejarah dan Perkembangan Desain dan dunia kesenirupaan di Indonesia*. Bandung: Penerbit ITB, 2002.
- Sastropoetro, Santoso, *Propaganda: Salah Satu Bentuk Komunikasi Massa*, Bandung: Penerbit Alumni, 1991
- Samah, Kristin dan Fransisca Ria Susanti, *Mimpi Jadi Caleg*, Jakarta: Penerbit Buku Kompas, 2013
- Sarwono, Jonathan dan Hary Lubis. *Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2007.
- Sardar, Ziauddin dan Loon, Asi Borin Van, *Membongkar Kuasa Media*, Yogyakarta: Resist Book, 2008

Soegeng Toekio, *Bahasa Rupa dalam Pariwara Poster*. Bandung: Kelir, 2007.

Sobur, Alex, *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009.

Sulaksana, Uyung, *Integrated Marketing Communication: Teks dan Kasus*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta: 2005

Sumardjo, Jakob, *Asal Usul Seni Rupa Modern Indonesia*. Bandung: Kelir, 2009.

Supriyono, Rakhmat, *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2010.

Sutopo, H.B., *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS Prees, 1996.

Saptaria, Rikrik El, *Acting Handbook: Panduan Praktis Akting Untuk Film dan Teater*. Bandung: Rekayasa Sains, 2006.

Sihombing, Danton, *Tipografi Dalam Desain Grafis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001.

Sutopo, H.B., *Metodologi Penelitian Kualitatif. Dasar Teori dan Terapan dalam Penelitian* Surakarta: UNS Press. 2006.

Tinarbuko, Sumbo, *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Percetakan Jalasutra, 2010.

Varma, S.P, *Teori Politik Modern*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003.

Walter, John. A., *Desain, Sejarah, Budaya, Sebuah Pengantar Komprehensif*. Terj. Laily Rahmawati. Yogyakarta: Jalasutra, 2010.

Widagdo, *Desain dan Kebudayaan*. Bandung: Penerbit ITB, 2010.

#### **Sumber Lain :**

Adhi, Septian. P, "Unsur Rupa pada Poster Film Thriller di

Indonesia Periode 2009-2013". Skripsi, Surakarta: Universitas Sahid Surakarta, 2013.

Abdul Rozak, Achmad. F, "Iklan Politik Caleg dalam Persepsi Pemilih Pemula". Skripsi, Surakarta: Universitas Sebelas Maret Surakarta, (2009).

Hartanto, Deddi Duto, "Tipografi Pada Judul Film," *Jurnal Nirmana Vol. 5 No. 2*. Universitas Kristen Petra Surabaya, 2003.

Revitalisasi Kurikulum Deskomvis Berbasis Ekonomi Kreatif dan Kewirausahaan, Surakarta: Lembaga Studi Desain dan Tiga Serangkai Pustaka Mandiri, 2012.

**Narasumber :**

Adib, Ahmad (52), Dosen DKV Universitas Sebelas Maret Surakarta. Perum RC Palur, Karanganyar.

Cahyono, Budi (48), Caleg dari Partai Nasional Demokrat. Perumahan Mojosongo Indah.

Rejeki, Sri (30), Desainer Direktur FreshBlood advertising Surakarta. Griya Bumi Asih, Padokan, Sawahan, Ngemplak, Boyolali.

Retno, Dyah Pratiwi (28), Caleg dari Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan. Jl. Martadinata, Pucang Sawit Surakarta.

Sutikno, Irfan (52), Praktisi dan Direktur FreshBlood advertising Surakarta. Perumahan Gentan Sukoharjo.

Toekio, Soegeng (72), Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Sahid Surakarta. Perumahan Madu Asri Colomadu Karanganyar.

## GLOSARIUM

### A

*Alphabeth* : Rangkaian huruf, istilah *alphabeth* berasal dari *alpha* dan *beta* dari sistem huruf Yunani.

### B

*Background* : Latar belakang.

### C

*Climax* : Tahapan peristiwa dramatik yang telah dibangun oleh konflik.

*Conclusion* : Tahapan akhir dari jalinan struktur dramatik.

### D

*Dramatic-irony* : Aksi tokoh yang berkata atau bertindak sesuatu, dan tanpa disadari menimpa dirinya.

### E

*Ekspresi* : Pengungkapan, proses menyatakan maksud, gagasan, perasaan.

### F

*Flashback* : Kilas balik peristiwa lampau.

*Font* : Huruf elektrik.

### G

*Gesture* : Sikap tubuh yang mengandung makna.

*Gimmick* : Bagian dari alur cerita yang digunakan untuk menarik penonton pada awal cerita.

### I

*Iklan* : Komunikasi dengan satu tujuan tertentu.

*Ikon* : Tanda yang antara acuannya ada hubungan kemiripan.

*Ilustrasi* : Gambar (foto, goresan tangan, airbrush, teknik

computer) bisa juga gabungan.

## **J**

Juktaposisi : Seni berurutan yang membentuk alur cerita.

## **K**

Konstituen : Calon pemilih

## **L**

*Layout* : Tata letak.

## **M**

Masa : Sekumpulan orang/konstituen.

## **O**

*Onomatopoeia* : Efek suara yang menirukan bunyi.

## **P**

Poster : Media promosi yang diproduksi secara masal.

## **R**

Retorika Visual : Kefasihan menggunakan bahasa visual.

## **S**

*Sans serif* : Jenis huruf tanpa kait/sirip.

*Serif* : Sirip/kait pada huruf.

*Signified* : Lapisan makna.

*Signifier* : Lapisan ungkapan.

*Sinkronisasi* : Kecocokan, kesesuaian

*Script* : Jenis huruf berciri seperti tulisan tangan.

## **T**

Tipografi : Ilmu yang mempelajari tentang huruf.

## **V**

Visual : Sesuatu yang dapat dilihat dengan mata.

## **W**

*Workshop* : Pelatihan kerja.